

区域民族文化在产品创新设计中的运用研究

周梅婷¹, 董雅²

(1.天津师范大学, 天津 300387; 2.天津大学, 天津 300372)

摘要: **目的** 研究区域民族文化元素在产品创新设计中的应用目标和应用方法。**方法** 从分析区域民族文化融入产品创新设计的必然性和重要性出发, 总结当今区域民族文化开发的现状与问题, 探讨民族文化产品创新设计的新理念。**结论** 在此基础上, 提出包括产品创新设计中民族文化的形态升华和神韵再现; 开发民族区域资源, 注重产品多样化设计; 既要突出区域民族文化个性, 又要体现时代认同的共性等创新设计的应用建议, 以期对当今民族文化产品的创新设计提供新思路。

关键词: 民族文化; 产品设计; 创新运用; 设计方法

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)06-0028-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.06.005

Application and Innovation of National Cultural in Product Design

ZHOU Mei-ting¹, DONG Ya²

(1.Tianjin Normal University, Tianjin 300387, China; 2.Tianjin University, Tianjin 300372, China)

ABSTRACT: The paper aims to research target and method of applying regional national culture in innovative design of product. Based on inevitability and importance of integrating regional national culture into innovative design of product, the current situation and problems of regional national culture development were summarized, and the new concept of innovative design of national cultural products was put forward. This paper puts forward some suggestions on the application of innovative design, including the sublimation and reproduction of national culture in product innovation design, the development of national regional resources and the emphasis on product diversification design, which should not only highlight the regional national cultural individuality, but also embody the commonness of the times, so as to provide new ideas for the innovative design of today's national cultural products.

KEY WORDS: national culture; product design; innovation application; design method

民族文化对产品设计各个层次和结构都有着深刻影响。民族特色产品设计是指将民族文化运用于产品设计中的一种实践行为, 也就是以传统造物思想为依据, 从传统民族文化里面提取元素, 创造出既能契合时代要求, 又能体现民族特色的产品。

当今, 民族特色产品设计并不少见, 并持续出新, 具有强大的推动力与市场需求, 下面就通过区域民族文化融入产品创新设计的必然性、开发的现状与问题、产品创新设计理念、产品创新设计策略 4 个不同的角度, 分析探讨区域民族文化在产品创新设计中的

运用, 以加强在该领域对我国区域民族文化的传承与发展。

1 区域民族文化融入产品创新设计的必然性

1.1 民族文化遗产和创新的需要

随着现代化进程的不断推进, 民族文化的生态环境发生了巨大的变化, 每个地区的传统文化都经受着前所未有的冲击, 但是, 因为区域民族文化所蕴含的原始性、边缘性和多元性的特点都具有极强的商业价

收稿日期: 2018-12-15

基金项目: 天津市哲学社会科学规划一般项目(TJGL18-037)

作者简介: 周梅婷(1982—), 女, 山东人, 硕士, 天津师范大学讲师, 主要从事艺术设计方面的研究。

通信作者: 董雅(1957—), 男, 天津人, 天津大学教授、博士生导师, 主要研究方向为建筑环境设计。

值潜力,所以在产品设计时,只要对民族文化进行深入研究,从中有针对性地选择民族文化元素,将其融入到现代产品设计中,利用产品在日常生活中的广泛使用,就能够起到促进民族文化传播的作用。可见民族文化在产品创新设计中的运用,不但起到了探求民族产品创新发展,推动区域民族文化行业进步的作用,同时又充分发挥了文化传承的功能,增强了民族文化的影响力,最终实现了民族特色产品应用和传承的双重效果^[1]。

1.2 产品个性化与民族化的需要

民族文化元素与设计艺术之间存在着长期的血缘关系,设计师日益深刻地意识到现代设计的单调性,产品的民族化将成为必然趋势,设计灵感的获取需要寻求民间艺术的帮助。合理搭建东西方之间,传统与现代之间的桥梁,形成协同作用,将为产品设计提供更深刻的美学体验。

民族文化可以体现在产品设计的每个环节,文化融合于产品设计,会产生独特的优势^[2]。民族特色产品的文化性提升了产品形态语言的认知度,深化了购买者对产品的体验,增强了产品的民族文化内涵。从民族文化对象里面提取设计元素,把它融入产品设计,既提高了民族文化产品的附加值,还宣传了文化本身,实现产品的个性化与民族化的统一。

1.3 带动民族地区的经济发展

以区域资源为基础发展民族特色产品,是民族地区经济长期发展的基本理念。最近几年,随着返乡大学生、务工人员数量的激增,更多的民族成员愿意通过学习或借鉴先进市场经验与理论,在民族地区进行现代经济运作,本民族特色开发已经变成大部分民族区域经济发展的相同意愿。

区域民族文化被广泛用于民族产品的开发,为当地居民带来了可观的经济收益。特别是近年来,旅游业受到重视,很多民族地区成为世界游客向往的地方,民族当地特色产品也急速被开发利用,各种当地的手工作坊等小型经济单位日益活跃起来。而相关调查也显示,游客消费的内容也主要集中于能体现民族区域特色的产品上,可见将民族文化融入产品创新设计的行为,是可以起到带动地区经济发展的作用。

2 区域民族文化开发的现状与问题

2.1 民族传统文化受到冲击

随着我国工业化和城市化进程的加速,受当今文化融合的影响,区域民族文化的生态环境受到空前的冲击。在很多年轻人的理解中,传统民族文化属于落后的文化形式,对传统文化内涵不求甚解,对它的开发拓展更是漠不关心^[3]。加上外来文化、现代文化的影响,很多民族地区的发展已经抛弃了宝贵的民族特

征,忽略了对传统民族文化应有的保护。这造成了注重记忆和口头交流的民族文化艺术,几乎丧失了生存和发展的基础条件。最初附属于当地族群存在的知识和文化特征被削弱了,代表民族特色的表现元素慢慢退出,宝贵的传统民族文化资源逐渐退化。

面对民族文化面临的困境,当今的艺术设计行业也从当代美学的角度出发,将民族文化元素融合于现代产品创新设计中,开发仍具有生命力的民族元素,为民族文化的发展寻求新的生存空间。

2.2 民族文化资源保护与建设力度不足

无论是民族特色产品的设计,还是民族产业的发展,民族文化的传承延续在处理好传统与现代的辩证关系的同时,更需要关注区域民族文化生态环境的保护和建设^[4]。

从区域民族资源视角来看,民族地区独一无二的原真文化才是民族区域的核心竞争力,但是有些民族地区对民族文化价值的认知不足,关注不够,不重视民族文化资源的发展、保护和利用,不能有效继承和发展区域传统文化。由于区域民族文化资源得不到正确的对待,传统民族文化的传承受到了冲击。很多地方因为民族文化资源缺少长期规划,缺乏科学性、可持续性发展策略的研究,精神文化方面投入重视不足,单纯顾及短期利益,资源随意开发,致使原生资源受到破坏,区域民族文化资源的独特优势逐渐被减弱。

2.3 民族文化产品设计开发观念和能力有待提高

区域民族文化反映在历史、自然、习俗、价值观、生活方式等各个方面,但是现有的民族文化特色产品的设计,主要集中在传统器物形态的效仿和复制使用上,没有结合地方少数民族的生活智慧,缺乏民族文化的内涵、体验性和互动性。设计缺乏新意,其经济价值和文化品位就难以达到新的高度,简单的复制品充斥市场,使得民族特色和差异渐渐消失,加剧了传统民族文化艺术衰落的速度。而另一方面,民族文化产品的无序开发对区域民族文化的传播,包括人们对很多民族原生态形式的认知也带来了不利影响,少数民族艺术形式具有独特的审美和内涵,如果不能把它和产品设计有效结合,不但不能起到文化传承的作用,反而将破坏民族文化在受众心中原有的形象,这更加让人堪忧^[5]。

3 民族文化产品创新设计理念

民族产品设计的第一要点是转变思路,摒弃落后的表现形式,提倡新理念的介入,保护传承和弘扬开发并行,紧随当今潮流,才能设计出与人们生活相适应的民族文化产品。

3.1 形神共筑的设计理念,对民族文化元素的深层次挖掘

从装饰图案、颜色、形状、选材等民族文化元素

入手,研究各类民族产品的设计细节,从中反射出民族传统文化的审美情趣、价值内涵等,是民族特色产品设计时所运用的主要方式,但是少数民族元素的组成除了这些基本形态之外,更重要的还有它所具备的精神内涵,只有在两者的合力下,才能真正体现出民族文化独有的神韵,而这种神韵正是民族文化在产品设计中期望达到的最优效果。

可见民族特色产品的创新设计,不是简单地对民族造型元素原形态的复制节选,而是利用当代美学视角来提取传统视觉形象中的那些“意味深远”的元素,然后将提取的元素在保持原意的基础上与现代设计进行整合,将其有机嫁接于现代产品中的同时,仍然能绽放出民族文化原有的神韵与魅力^[6]。

3.2 民族文化产品实质是民族文化的物质载体

人们将对生活的体悟和美好期许融入到了民族文化艺术之中,因此民族文化元素可以充分体现出民族特有的风俗习惯、精神内涵和传统文化。现代产品设计将这些民族元素再次开发利用,将传统民族文化与现代生活有效结合,精神理念借助功能、形式创新加以推广,创造出既能体现文化品位又具有时代吸引力的产品形式。

民族文化产品里面渗透着人们最朴素的对美的认识和感悟,透过产品设计,能够感知此民族地区的居民对生活的感悟和对生命的态度。可见,民族特色文化产品的创新设计,也是对其中所蕴含的民族文化基因的传承。产品的创新要在借助商品外壳的前提下,去承载民族文化的内核,通过物化的形式运用到人们日常的生活中,从而影响现代人的精神生活。

3.3 注重地区资源的利用

民族特色产品设计需要具备民族文化的特征,而民族文化的特征并非虚构杜撰而来,而是从当地真实的生活和环境衍生、提炼而得。民族特色产品设计以区域民族资源为载体,不仅指重视物质材料本身的价值,也不是指利用当地资源所独有的天然魅力,而是在探索当地资源的基础上,融入当地文化,解放思想,最后再实现民族文化产品的设计创新。当然,精神民族文化价值、内涵是物质资源本身所不能完全承载的,只有通过策略化的艺术创造、民族文化元素的创新和精心构思设计,使当地资源中原有的特色与优势,达到资源应用与民族文化设计交相成趣的效果。

4 基于区域民族文化的产品创新设计策略研究

4.1 产品创新设计中民族文化的形态升华和神韵再现

除了在产品设计时对民族文化加以表面形态的创新之外,怎样使得产品可以传达民族文化的“境界”,将民族文化的精神进行传承,延续民族情感,

是民族特色产品设计的核心内容。

民族产品中文化意境的展示,源自设计师对民族传统符号的挖掘、感悟和创新。民族文化艺术元素大多是从民族服装、食品、住所等方面长期归纳提取出来的,每种形态皆可以传递相应的文化意义。对民族特色产品来说,民族文化性是其基本属性,每一个不起眼的设计背后常常对应着深刻的民族情结。消费者在购买产品时,也是因为看重产品所蕴含的文化精神,所以在设计产品时首先应设定适当的民族主题,再借助对应艺术形态的引用来体现自身的文化内涵^[8]。

要在产品设计中实现对民族文化形态和神韵的传承创新,常用的方式主要有两种:首先是民族文化元素的形态重构,就是在形态元素使用到设计时,打破原有的图案结构和造型,使图形的构图形式和规律发生变化,重构合乎现代人喜好的表现形态。重构增加了新鲜感,让产品设计富有新意的同时,还保持了区域民族文化原有的精神;其次是情境应用,少数民族形态符号是在当地人们的日常生活中提炼出来的,每种形态都对应着各自的情境,传达着特定的文化意义,因此民族元素的再创造,应该适当借助描述语境来传达民族元素所蕴含的文化内涵,使其神韵在语境中获得再现^[7]。

4.2 细化甄别民族区域资源,提升产品种类和数量

地域特色资源中所蕴含的民族文化元素多种多样,精准的资源价值认知和开发,是进行民族文化产品设计的第一前提,也是丰富产品种类,满足多样性消费需求的有效方法,因此进行民族特色产品的设计,首先要对民族区域资源进行分析,探究蕴含于其中的民族文化价值,做到仔细甄别并加以提炼。提炼时应重点思考这些蕴含民族文化特征的特色资源在现代社会中如何被重新定位,它所具有的材料功能和心理功能如何有针对性地在现代产品中进行适用性设计。

设计师根据自身的设计经验与设计目的选择特定元素,赋予时代新意时,要兼顾它的原始民族文化内涵和特色能否获得激发,能否获得民族的认同,否则即使选择的元素繁多,也表达不出设计师想传达的思想,因此,细化甄别有特殊民族文化意义的区域资源,合理设计,提取形态的内涵,针对不同消费需求进行分类,将民族元素和现代设计转化为创意附加值,呈现于各类型的产品设计中,这对于提升民族文化产品的种类与质量,确定特色品牌优势和引导市场消费需求,都有着重要的意义^[9]。

4.3 既要突出区域民族文化个性,又要体现时代认同的共性

民族文化的传承,可以在现代民族特色产品的广泛应用中得以实现。要想通过现代民族特色产品传达民族文化的内涵,其珍贵的遗产就要产生新的蜕变。

虽然民族特色产品的很多细节设计,仍然以原始的形态和风格来呈现,但是只要它们能够契合现代人的某种需求,就能产生自己的消费点和影响力。可见民族特色产品的设计,需要的是基于发展视角的研究,以实现既能把握和保留原有的本真特色与文化个性,又能符合现代审美和功能的需要,体现出时代认同的共性。

产品设计中民族形式的创造想要找到传统与现代之间的匹配点,就要逃脱单纯的物质化表象的束缚,以精神领域的获取为核心,主动地寻求民族文化的精髓,并将其置于当今大环境,从全球视角重新审视民族文化,重视民族性与时代性的融合,以呈现出契合这个时代美学观点的形式表达,只有这样才能设计出既符合本民族的文化个性,又能得到现代社会认可的精品^[10]。

5 结语

区域民族文化体现的是生活在当地的人们共同特点,相同的认知、体验和代代传承的民族记忆,基于此设计出的民族特色产品,不仅满足了人们的使用需求,同时向使用者传递了特有的民族文化价值,填补了精神需求。通过挖掘区域民族文化得到设计元素,并把这些民族文化元素运用于产品开发中,创造出代表区域民族文化的作品,是现代设计领域的发展方向之一。

参考文献:

- [1] 孟昕,李秋实. 辽宁锡伯族民俗民族文化产品创新设计探析[J]. 包装工程, 2017, 38(4): 28.
MENG Xin, LI Qiu-shi. Innovation Design on Liaoning Xibe Nationality Folk Culture Products[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(4): 28.
- [2] 周博. 商品包装中的定位研究[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 97—100.
ZHOU Bo. Position Design in Commodity Packaging[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 97—100.
- [3] 严卿方. 贵州少数民族图案在包装设计中的价值[J]. 贵州民族研究, 2013, 34(1): 61—63.
YAN Qing-fang. The Value of Graphic of Gui Minority on Packaging Design[J]. Guizhou Ethnic Studies, 2013, 34(1): 61—63.
- [4] 韦维. 面向东盟的西南民族地区旅游产品设计新思路[J]. 艺术百家, 2017(5): 217—219.
WEI Wei. New Idea of Tourist Product Design in Southwest Regions Confronting Idea[J]. Hundred Schools in Arts, 2017(5): 217—219.
- [5] 钟蕾,周鹏. 新媒体多元化形式下的非遗数字化保护探析[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 1.
ZHONG Lei, ZHOU Peng. The Digital Protection of Intangible Cultural Heritage under the New Media Diversified Forms[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 1.
- [6] 赵蕾,严卿方. 贵州傩戏面具元素在旅游商品设计中的传承与创新[J]. 贵州民族研究, 2017, 38(7): 146.
ZHAO Lei, YAN Qing-fang. The Inheritance and Innovation of Tourism Commodities Design with Guizhou Mask Elements[J]. Guizhou Ethnic Studies Packaging, 2017, 38(7): 146.
- [7] 张在宇. 地域民居建筑民族文化的传承与创新[J]. 现代装饰(理论), 2014(12): 205—206.
ZHANG Zai-yu. Inheritance and Innovation of Regional Culture and Residential Buildings[J]. Modern Decoration(Theory), 2014(12): 205—206.
- [8] 王亦敏,姜虹伶. 黔东南传统民俗在民族文化创意产品的研究[J]. 贵州民族研究, 2018, 39(6): 112—116.
WANG Yi-min, JIANG Hong-ling. A Study on the Cultural and Creative Products of Traditional Folk Custom in Southeast Guizhou[J]. Guizhou Ethnic Studies Packaging, 2018, 39(6): 112—116.
- [9] 张海林,储雅珩. 新型城镇化背景下民俗艺术的保护与传承[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 5.
ZHANG Hai-lin, CHU Ya-heng. Protection and Inheritance of the Folk Art in the Background of New Style Urbanization[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(18): 5.
- [10] 王伟伟,蒙肇阳,郭燕妮. 基于用户感知的秦民族文化旅游纪念品设计研究[J]. 包装工程, 2018, 39(10): 29—32.
WANG Wei-wei, MENG Zhao-yang, GUO Yan-ni. Design of Qin Cultural Tourism Souvenirs Based on User Perception[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(10): 29—32.